长治地区区理

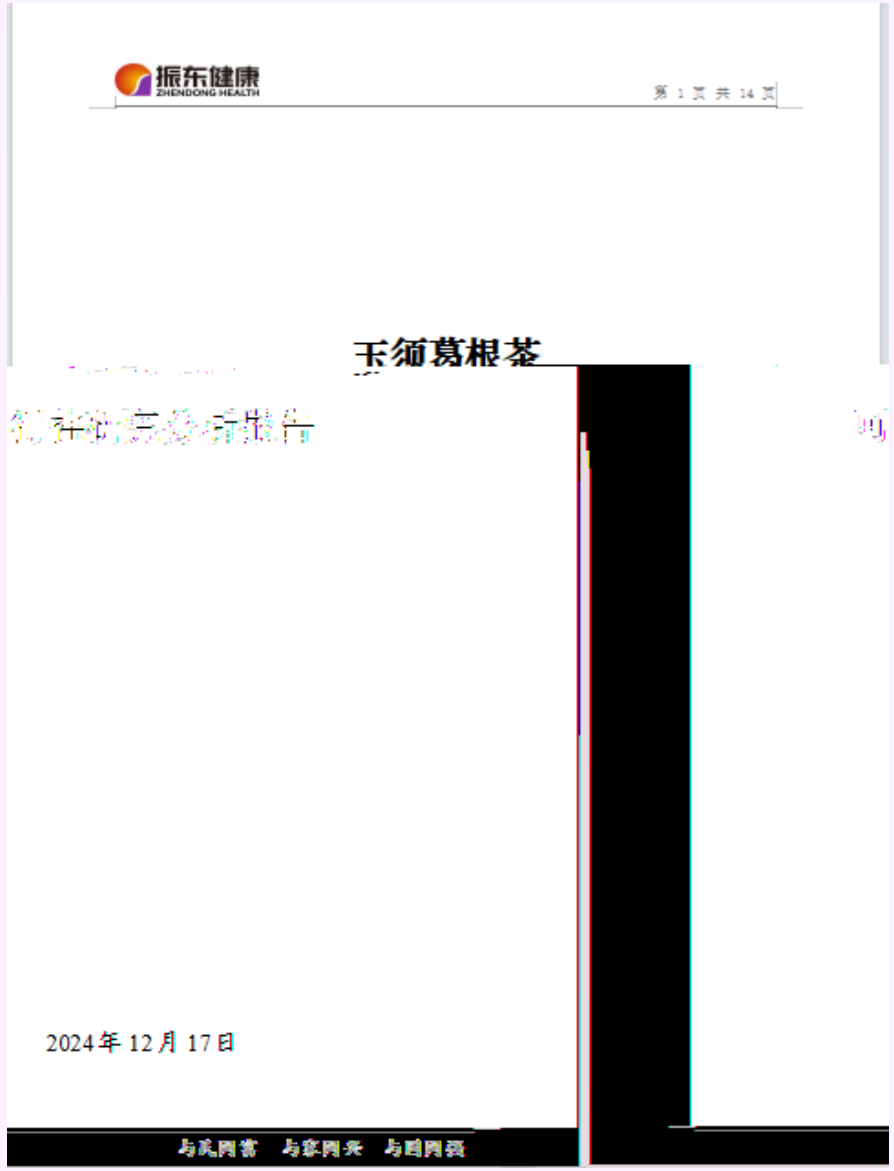
五年规划

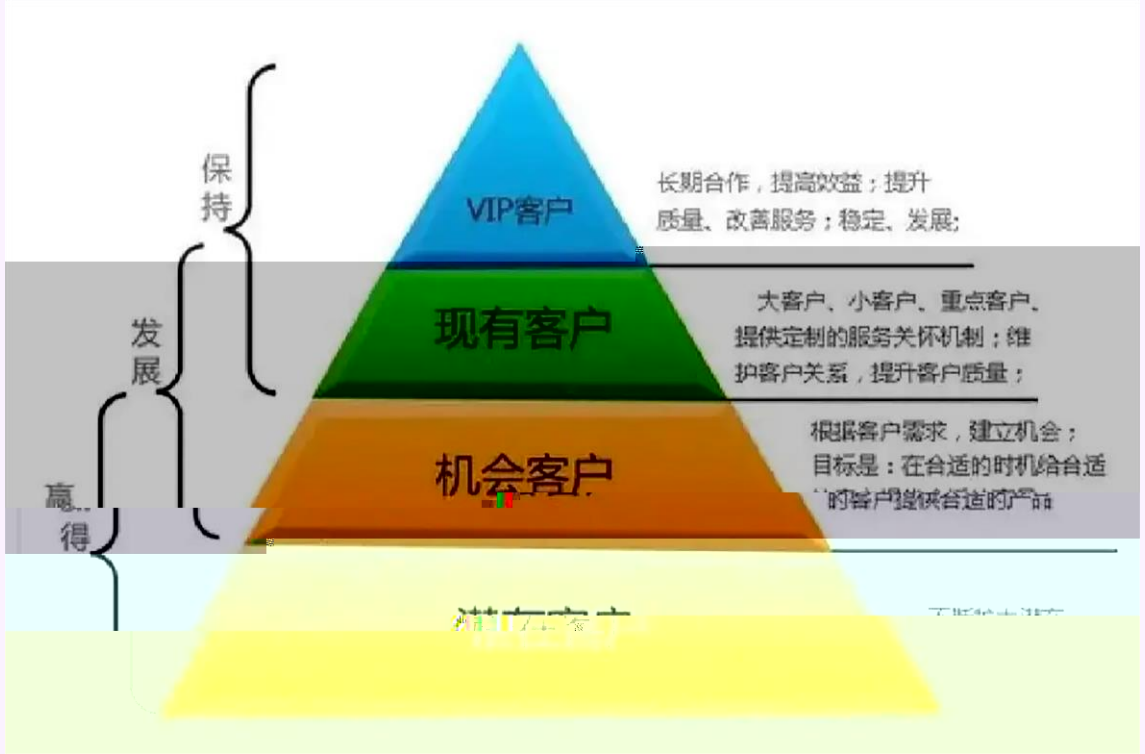
2024 年 11 月 23 日

振东集团生态观光农业示范园区

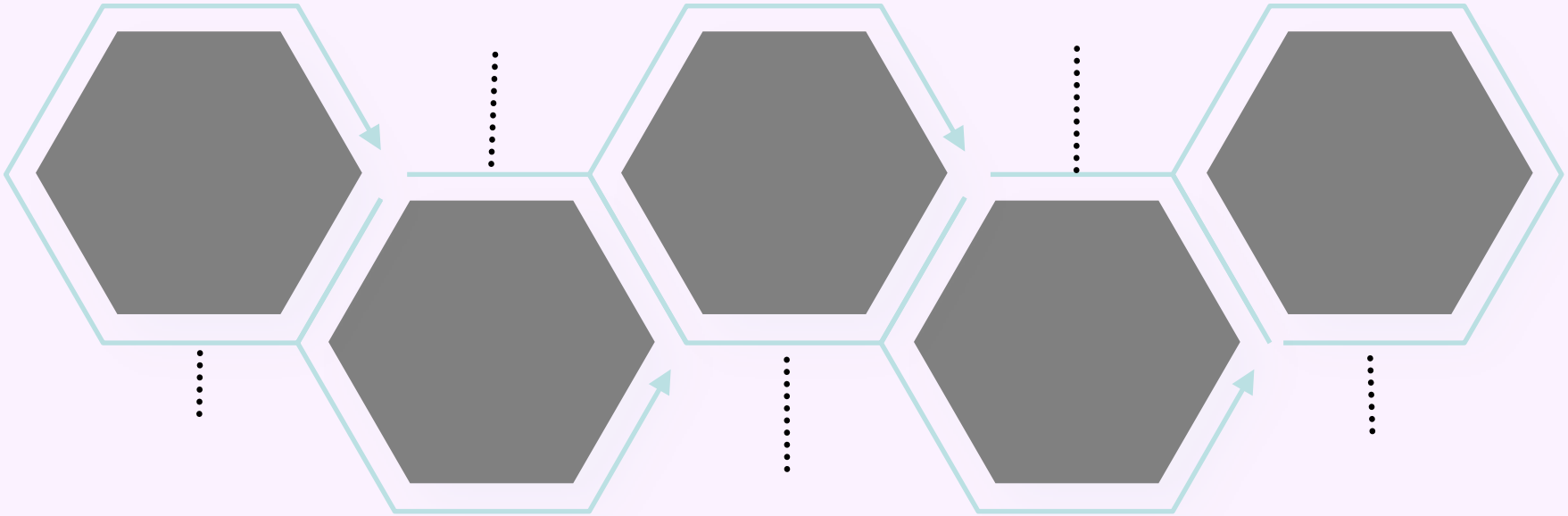
目　录

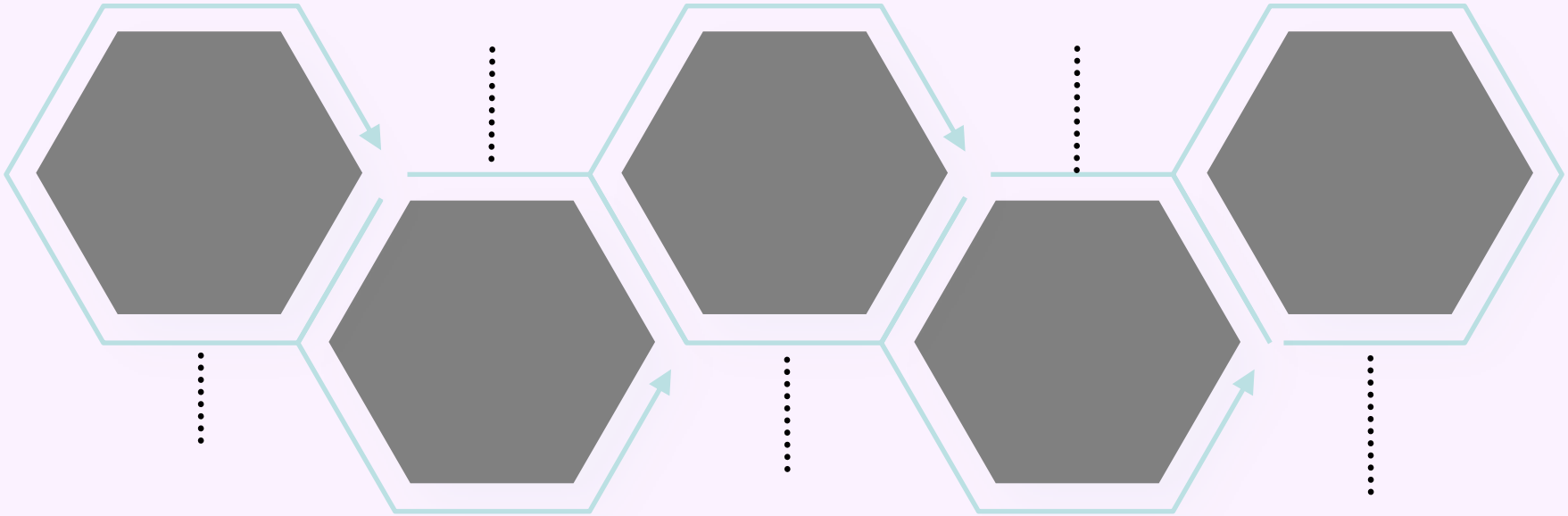
第一章　总体思路和目标
第一节　总体思路
第二节　建设原则
第三节　建设目标
第二章　重点行动计划和措施
第一节　产业园区建设
第二节　园区基础设施建设
第三节　配套工程建设
第三章　资源分配
第一节　功能定位
第二节　园区布局
第四章　风险评估和保障措施
第一节　经营形式
第二节　科技及资金保障
第三节　组织实施
第五章　项目进度安排
第一节　责任人分配
第二节　项目进度跟踪
第六章　投资估算及经济效益预测
第一节　投资估算
第二节　经济效益预测
第七章　监控和评估
第一节　考核标准
第二节　评价方法
附表


振东健康
ZHENDONG HEALTH
第 1 页 共 14 页
玉须葛根茶
2024年12月17日
与民同富 与家同兴 与国同强


保持
发展
赢得
VIP客户
现有客户
机会客户
长期合作，提高效益；提升质量、改善服务；稳定、发展;
大客户、小客户、重点客户、提供定制的服务关怀机制；维护客户关系，提升客户质量；
根据客户需求，建立机会；目标是：在合适的时机给合适的客户提供合适的产品

01





目 录

绪 论 …… 1
1.1 项目概况 …… 1
1.1.1 项目名称 …… 1
1.1.2 项目位置与范围 …… 1
1.1.3 项目建设期限 …… 2
1.1.4 项目承办单位 …… 2
1.2 可行性研究报告的编制依据 …… 2
1.3 项目建设内容 …… 3
1.4 投资估算 …… 3
1.4.1 投资总额及投资构成 …… 3
1.4.2 资金来源 …… 4
1.5 主要技术经济指标 …… 4
1.6 项目综合评价 …… 4
1.6.1 [illegible] …… 5
1.6.2 结论 …… 6
第二章 项目背景及必要性 …… 6
2.1 项目背景 …… 7
2.2 项目建设的必要性 …… 7
2.2.1 项目建设，符合产业政策的要求 …… 7
2.2.2 项目实施，有助于平顺县创建国家级中医[illegible]旅游示范县目标的实现 …… 8
2.2.3 项目实施，有助于促进平顺县的脱贫攻坚[illegible]

山西平顺县芦芽村中医药康养小镇建设项目

可行性研究报告

2018年1月

2.3 项目单位简介 ……9
2.3.1 总体概况 ……9
第三章 项目建设条件 ……11
3.1.1 自然概况 ……11
5.1.2 建设理念 ……26
脱贫攻坚首战首胜 ……12
5.2.1 用地 ……26
3.1.5 交通区位条件 ……14
3.2 项目区概况 ……15
3.2.1 项目区自然概况 ……15
3.2.2 社会经济发展概况 ……15
3.2.3 交通区位条件 ……16
3.3 项目建设地点分析 ……16
3.3.1 居民点概况 ……16
3.3.2 抗震等级 ……16
第四章 市场分析 ……17
4.1 健康旅游市场潜力 ……17
4.1.1 市场趋势 ……17
4.1.2 市场需求类型 ……18
4.2 中医药健康旅游产业发育状况 ……19
4.2.1 中医药健康旅游正在崛起 ……19
4.2.2 各级政府支持力度加大 ……20
4.2.3 典型示范效应 ……22
专家工作区 ……28
乡村记忆区 ……29
大众化康养体验区 ……30
休闲养生度假区 ……32
中医药文化中心 ……34
天堑观景休闲区 ……36
……37
……37
施与公共服务设施建设 ……39
设方案 ……39
小镇外部道路 ……39
小镇内部车行道路 ……39
游览步道 ……39
停车场 ……40

4.3.1 市场定位 ……24
4.3.2 市场规模预测 ……25
5.1 项目建设理念
5.3 总体布局
5.4 建设方案
5.5 药园
5.6 产品方案
第六章 基础设施
6.1 道路建设

6.2.1 最大用水量预测 …… 40

6.3 排水系统 …… 41

6.3.1 排水体制 …… 41

6.3.2 污水工程 …… 41

6.4 供电设施 …… 42

6.4.2 电源设施 …… 42

6.4.3 防雷、接地 …… 42

7.3.2 环境影响评价 …… 50

7.3.3 拟采取的环保措施 …… 51

8.1 组织机构设置 …… 53

8.1.1 建设期管理体制 …… 53

8.1.2 财务管理组 …… 53

6.6 供热系统 ……

6.7 环卫设施 ……

6.7.1 公共厕所 ……

6.8 安保设施 …… 45

6.8.1 天眼工程 …… 45

6.8.2 消防规划 …… 45

6.8.3 无障碍设施 …… 45

6.8.4 医疗救护规划 …… 45

6.9 游客服务中心建设 …… 45

6.10 信息化建设 …… 46

6.10.1 旅游信息网站 …… 46

8.1.4 综合管理组 …… 54

8.1.5 工程建设组 …… 54

8.2 小镇运营员工来源及培训 …… 55

8.3 项目管理 …… 56

8.4 工程招投标管理 …… 57

8.4.1 招标管理依据 …… 57

8.4.2 招标基本情况 …… 57

第 9 章 投资估算与资金筹措 …… 59

估算 …… 59

1 估算依据 …… 59

7.1 节能 …… 47

9.2.2 小镇建设项目直接费用估算 …… 59
9.2.3 固定资产投资估算 …… 61
9.3 铺底流动资金估算 …… 62
9.4 项目总投资 …… 62
9.5 项目融资 …… 63
第十章 综合效益分析 …… 64
10.1 经济效益 …… 64
10.1.1 评价依据 …… 64
10.1.2 营业收入估算 …… 64
10.1.3 成本费用估算 …… 65
10.1.4 利润总额及分配 …… 66
10.1.5 财务盈利能力分析 …… 66
10.1.6 敏感性分析 …… 67
10.1.7 风险分析 …… 68
10.2 社会效益 …… 69
10.3 生态效益 …… 70

第一章 总 论

1.1 项目概述

1.1.1 项目名称

山西平顺县芦芽村中医药康养小镇建设项目可行性研究报告。

1.1.2 项目位置与范围

项目位置：项目选址于山西平顺县芦芽村青草街自然庄。

项目范围：芦芽村青草街自然庄[illegible]，占地面积 7.19 公[illegible]（折 108 亩），南北长约 360m，东西宽约 276m。区内最高点位于[illegible]侧山顶，海拔高度 1253m，最低点位于西南侧，海拔高度 1229m[illegible]相对高差 24m。阳寺线为康养小镇主要对外交通道路。

第二章 项目背景及目标

2.1 项目背景

党的十八届五中全会提出建设"健康中国"，"健康中国"首次被列入国家发展战略。

2.2 项目建设的目标

2.2.1 项目建设，符合产业政策的要求

党中央、国务院高度重视健康旅游等健康产业发展。2016 年 10 月，党中央、国务院印发的《"健康中国 2030"规划纲要》，提出要积极促进健康与旅游融合，催生健康新产业、新业态、新模式，制定健康旅游行业标准、规范，加快推进健康旅游产业发展。国家

长点。

平顺县是我国第一批国家级中医药健康旅游示范县，中医药资源条件和地理优势。山西振东健康产业集团有限公司（简称振东集团）抢抓特色小镇发展机遇，依托国家级中医药健康旅游示范县的优势和近三十年积累创新的科技优势，遵从"健康中国"发展理念，主动优化资源配置、推动产业升级，抢占中医药产业发展制高点，投资建设集"康养度假、科研交流、中医药文化传承"为一体的"芦芽村中医药康养小镇"，主动将振东集团

康养小镇，对促进山西省健康旅游发展具有示范效应，符合国家和山西省健康旅游业发展的政策要求。

2.2.2 项目实施，有助于平顺县创建国家级中医药健康旅游示范县目标的实现

平顺县位于大行山南端，山西省的东南部，境内自然风光秀美文化底蕴深厚，是国家全域旅游示范区创建县、休闲农业与乡村旅游示范县、国家第一批"中医药健康旅游"创建县，根据创建要求

西方人爱咖啡一样，中国俗语称“开门七件事：柴、米、油、盐、酱、醋、茶”。茶是中国人日常生活中不可缺少的一部分。这种饮茶习惯在中国已有上千年历史。我国是一个多民族的国

山西省委省政府着力将“山西药茶”打造成为中国第七大茶系，聚力打造以药茶等产品为重点的农产品精深加工十大产业集群。“山西药茶”兼具茶的味道、药的功效，**势必会成为**

一、发展必要性

（一）中医药“治未病”观念深入人心

现代快节奏的生活和巨大的社会压力，使得亚健康人群比

亿人左右。其中 25-45 岁青壮年占比达到 75%。“治未病”观念是中医养生理论的精髓，其主要思想是：**未病先防和既病防变**。

更被推广普及。

饮茶风俗也各不相同，但是**客来敬茶，以茶代酒，用茶示礼，**是各民族的饮茶之道。

二、发展可行性

（一）悠久的历史

天下，成为国

响和带动了欧

历史上，晋商的三大成就概括起来：一是因**货通**内商业贸易的巨头；二是**开辟万里茶路**，深刻影

融鼻祖。

平顺野生青翘虽有名气，但缺乏品牌效益。为此，在长治市卫计委扶贫工作队帮扶下，投资 33 万元建设了年烘干能力 100 吨、产值 200 万元的中药材加工厂。

3.2.3 交通区位条件

景色优美，S76 高速公路与阳寺线相连接，交通便利。

芦芽村有山杏、野梨等树木，其中有一株国宝级

3.3 项目建设地点分析

3.3.1 居民点概况

项目建设地点为芦芽村青草街自然村。现村庄户

于简陋。在保留现有村庄机理的基础上，自然村与本

设计，部分房屋拆除，部分升级改造，并与芦芽村等

旅游，配套基础设施和公共服务设施，实现旅游经济

项目整体用地约 108 亩。形状不规则，部分较为

建设用地，局部地势较为陡峻，可利用景崖设计景观

3.3.2 抗震等级

依据《建筑抗震设计规

抗震烈度 7

程提高一度

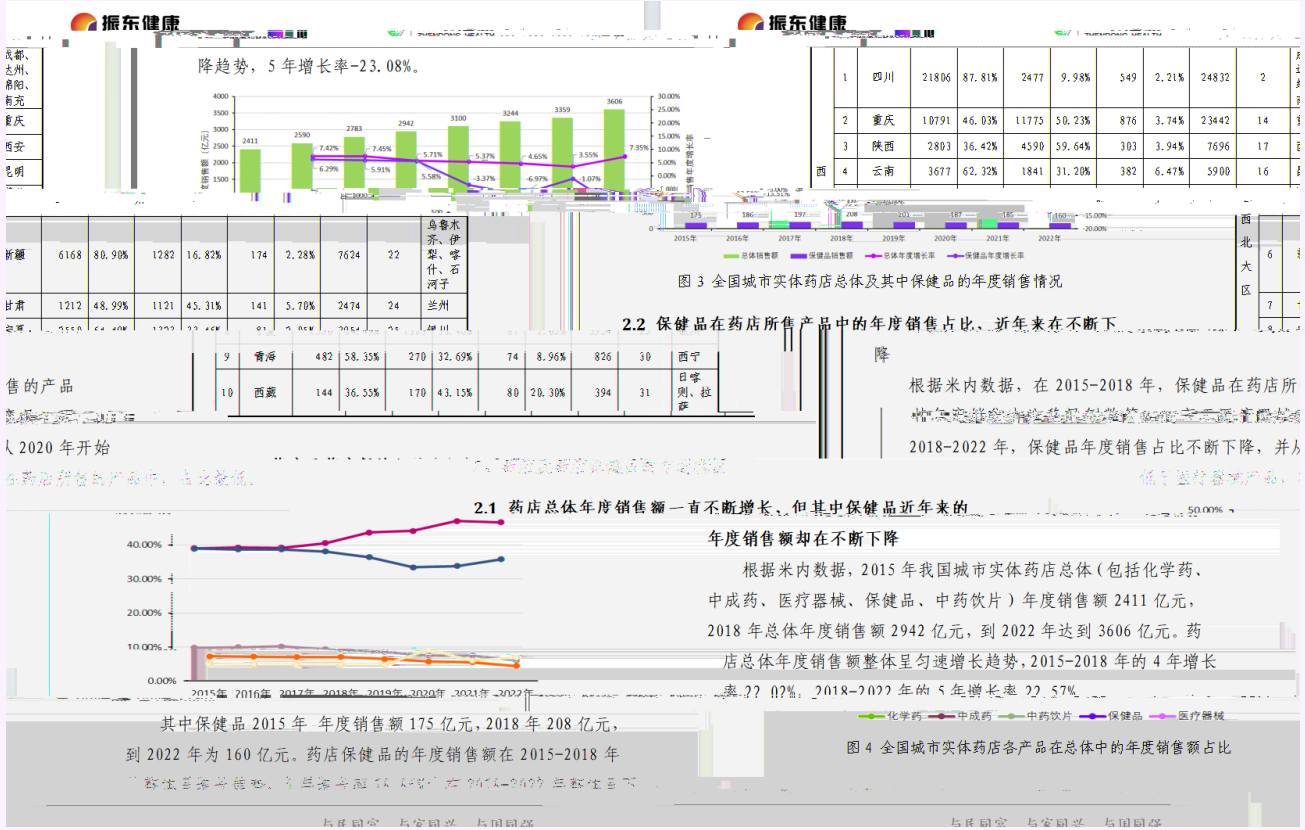


图 3 全国城市实体药店总体及其中保健品的年度销售情况

2.2 保健品在药店所售产品中的年度销售占比，近年来在不断下降

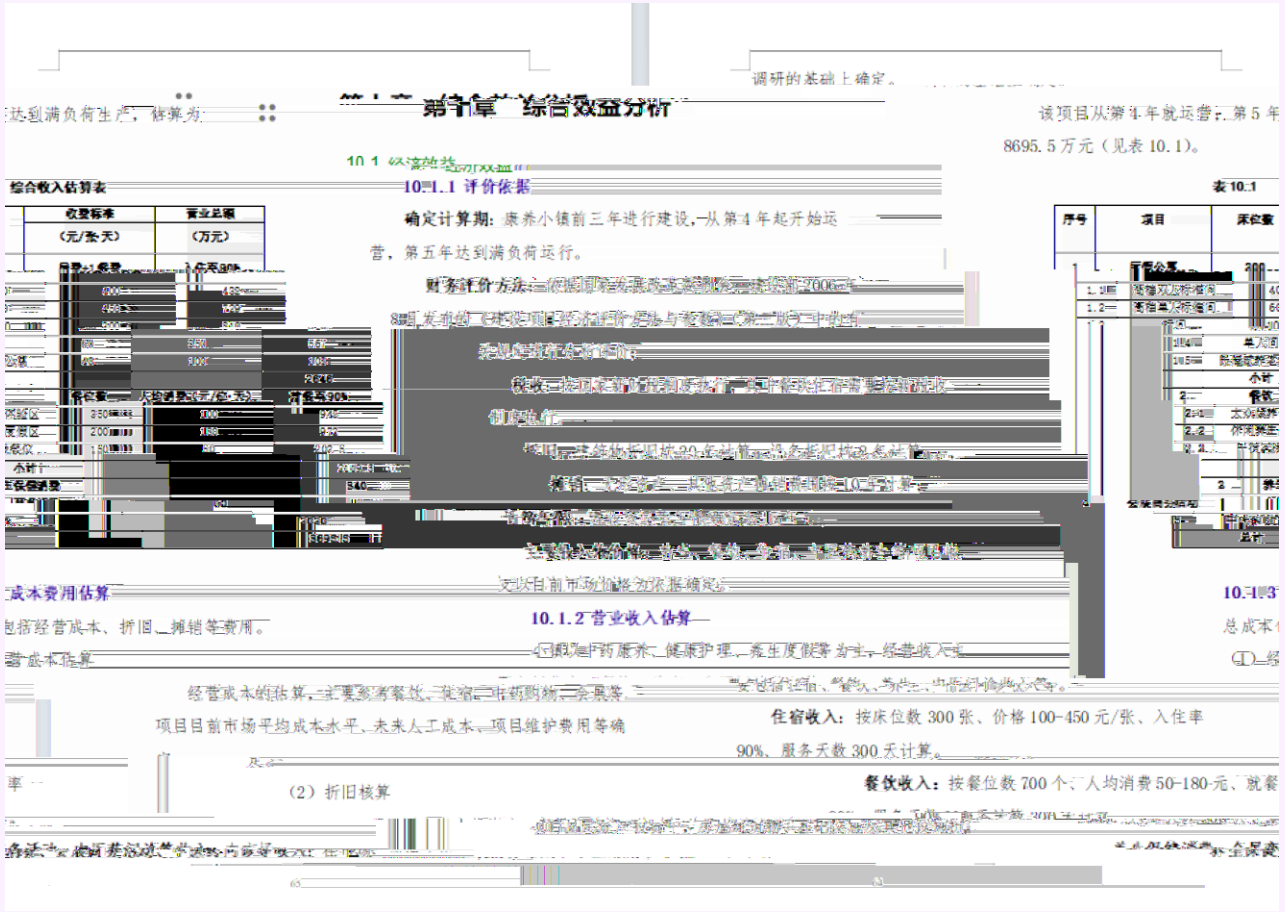
根据米内数据，在 2015-2018 年，保健品在药店所售的产品年度销售额整体呈现增长趋势，2018-2022 年，保健品年度销售占比不断下降，并从 2020 年开始

2.1 药店总体年度销售额一直不断增长，但其中保健品近年来的年度销售额却在不断下降

根据米内数据，2015 年我国城市实体药店总体（包括化学药、中成药、医疗器械、保健品、中药饮片）年度销售额 2411 亿元，2018 年总体年度销售额 2942 亿元，到 2022 年达到 3606 亿元。药店总体年度销售额整体呈匀速增长趋势，2015-2018 年的 4 年增长率 22.07%，2018-2022 年的 5 年增长率 22.57%。

其中保健品 2015 年 年度销售额 175 亿元，2018 年 208 亿元，到 2022 年为 160 亿元。药店保健品的年度销售额在 2015-2018 年

图 4 全国城市实体药店各产品在总体中的年度销售额占比


第十章 综合效益分析
10.1.1 评价依据
10.1.2 营业收入估算
综合收入估算表
成本费用估算
住宿收入：按床位数 300 张、价格 100-450 元/张、入住率 90%、服务天数 300 天计算。
餐饮收入：按餐位数 700 个、人均消费 50-180 元、就餐
（2）折旧核算

品销售中心。主要建设内容有：新建净菜加工间 100 平方米、冷

第二节　资金筹措

规划总投资为 1842 万元，拟从申请政府项目资金和享受政

规划建设内容及投资估算详见附表 4。

净菜加工设备 1 套、冷藏运输车 2 辆。

通过销售中心的建设，组织合作社与加工企业实行订单农业

三、农民实训学校

依托园区和村委会现有场地组建一所农民实训学校，以省、市、县三级农业专家和技术指导员为师资，采取送教下乡、现场

50 亩露地蔬菜亩均收入 0.2 万元，

第五章　投资估算及效益预测

第一节　投资估算

规划建设总投资 1842 万元，其中设施蔬菜观光园投资 1194 万元；水果观光采摘园投资 160 万元；配套工程投资 395 万元（其

家一户的经营模式，消除土地流转障碍因素，按照《土地承包法》

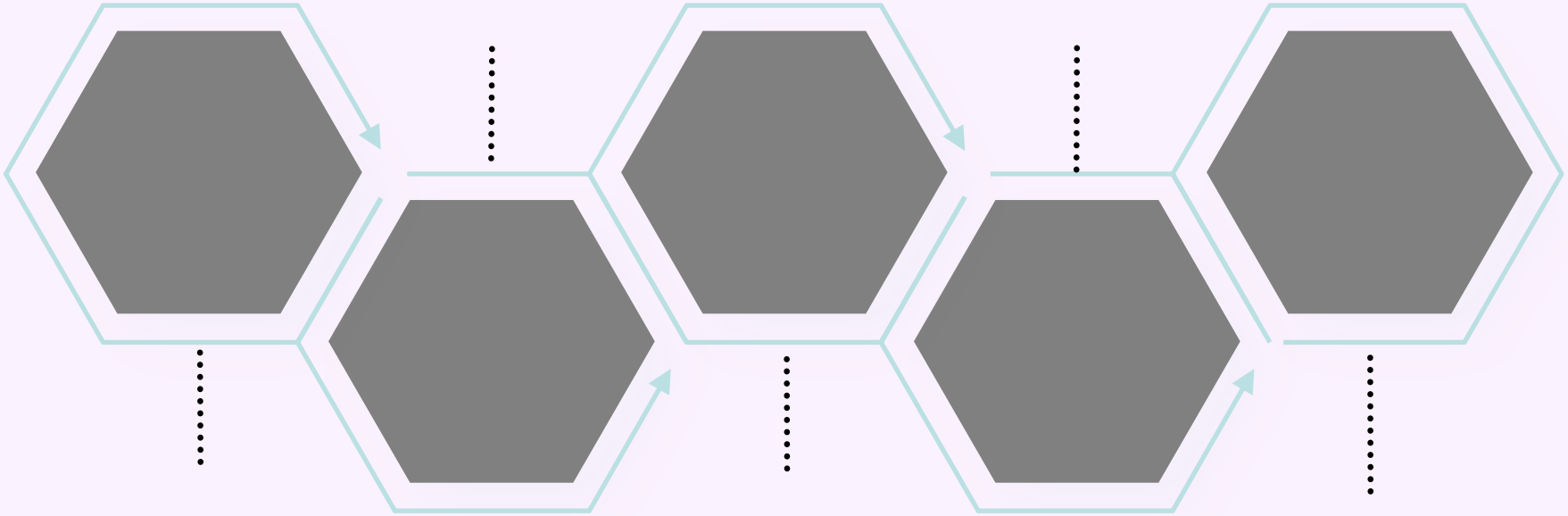
100 万元）；工程建设其他费用 93 万元。

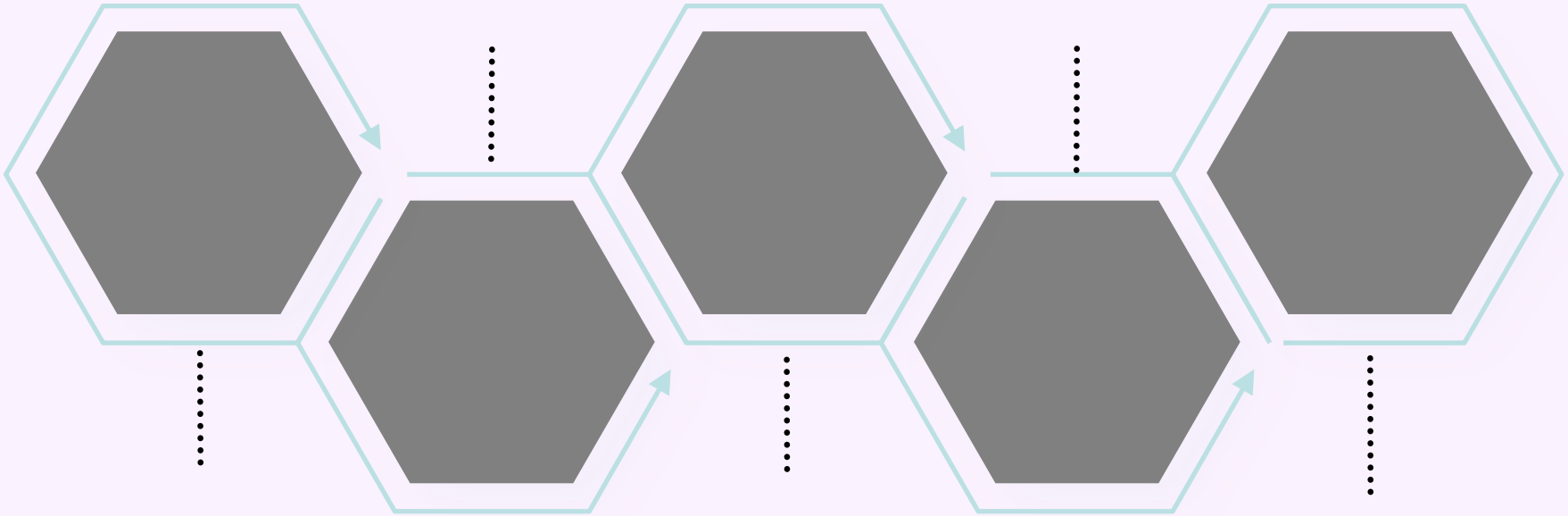
7000 元以上。

19

20

02





二、运营目标

（一）主要经营指标

表 12　临床中心各产品销售指标

单位：万元

部门	24 年	一季度 20%			二季度 25%			三季度 27%			四季度 28%			备注
	计划	1 月	2 月	3 月	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	
岩舒														
达霏欣														
西黄														
……														
合计														

酒还有巨大的发展空间。

表 2 我国养生酒市场总额及在酒类市场占比

单位：亿元/%

年	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
养生酒市场总额	230	259	271	284	297	301	318	375	417	518
养生酒占比	4.4	4.7	4.7	5.0	5.7	5.3	5.4	6.2	6.6	6.9

数据来源：智研咨询

三、发展因素

表 3 养生酒市场发展因素

序	发展因素	详述
[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]

第二章 养生酒

从规模上来看，超百亿的劲酒一家独大。随后是汾酒竹叶青、茅台不老酒、椰岛等品牌。与将来发把酒应放高是酒养走尚点化发展，头部企业的规模已经占据养生酒的半壁江山。

一、传统养生酒主流品牌

（一）劲牌

劲牌有限公司创立于1953年，是一家以保健酒为主、健康白酒、保健饮品为辅的大健康企业，分别打造了"中国劲酒、毛铺酒、持正堂"三大核心品牌，拥有面积400亩的劲牌工业园和[illegible]

销售以浙江、江苏、福建、安徽、江西、湖南、湖北为主河南、山东为辅。

表 4 劲牌分部由

表 5 优惠券引流方式费用预估

单位：元/%/万单/万元

序	渠道	展现价	券后价	佣金	单量	总销售额	总佣金	时间
1	淘宝客	49	9.9	80	2.5	24.75	19.8	
2	多多客	49	9.9	80	2	19.8	15.84	
4	抖音直播	49	9.9	80	2	19.8	15.84	
6	合计						83.16	

3、站外推广

在百度、知乎、微博、小红书以及公

广告投放。

百度：建立山西药茶百度百科词条；

众号等自媒体平台进行

购买山西药茶，茶叶，

知乎：购买茶叶相关问题回答下方的广告位，圈定茶叶人群，

微博：联系茶叶大 V 发山西药茶介绍，提升山西药茶热度。

2、站内推广

多多场景为主。通过付费的形式获得产品优先展示权，提升品牌

表 7 站外推广单次点击费用表

序	项目	单次点击费用	备注
1	百度	0.8	
2	知乎	0.6	
3	微博	1	
4	小红书	1.2	
5	公众号	1	

用主要为参与平台 6.18、11.11、聚划算、秒杀等活动的坑位费用，

根据平台大数据测算投入产出比约为 1：5。

表 6 主流平台推广费用预估

单位：万元

序	项目	渠道	费用	预估产出
1	付费广告	天猫	100	230
2		京东	100	230
3		拼多多	50	125
4	活动费用	天猫	20	100
5		京东	20	100
6		拼多多	25	125

4、直播带货

2019 年上半年信用卒小看 6次直播电商的男性比例高达 71%

而每天观看直播电商用户比例也已达到 **25%,** 可以看出直播电商模

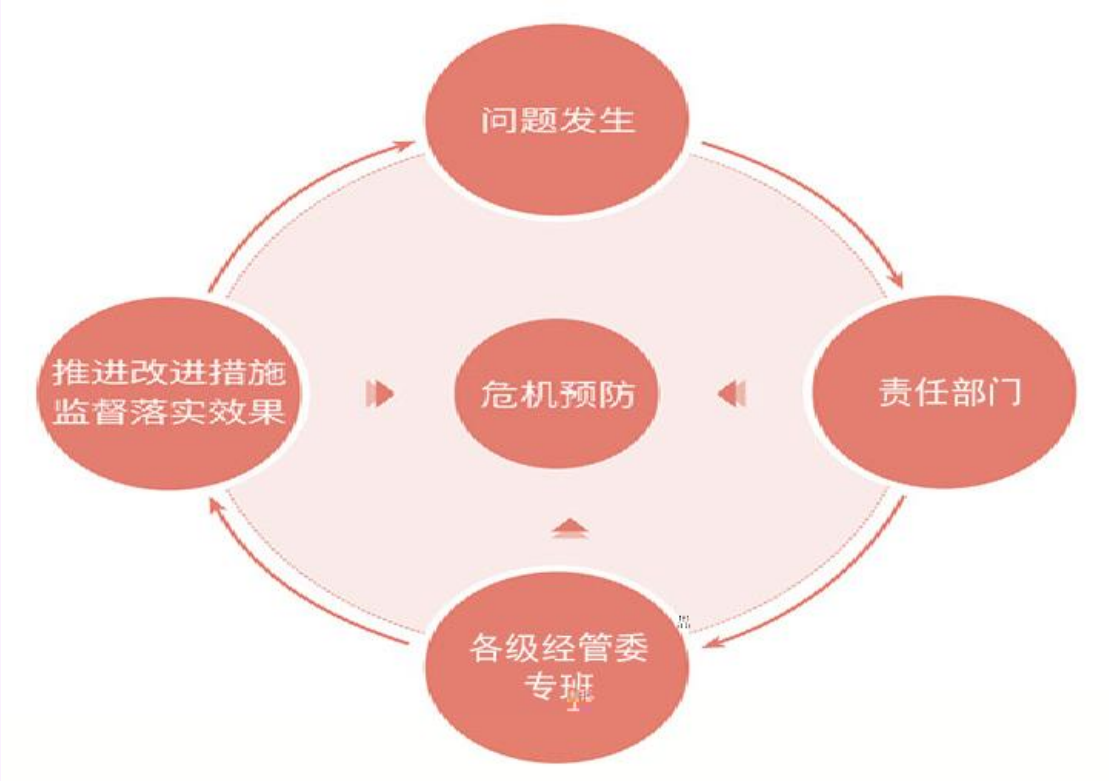
为日常消费的重要方式，其渗透率已经处于

式的网络购物已经成

1. 临床中心

一部实施方案：

序	重点工作	具体措施	完成时间	负责人
1	专家网络分类建设	①按国家，省，地市分级建立不同学科专家委员会，三人小组。国家级由总级对接，省级由总监，省理对接，地市级由省理，地理对接； ②集中资源做放疗，姑息治疗的临床研究，从 41 个临床研究课题中逐步优化，确定核心治疗点，从而加强专家网络的粘性； ③年度目标完成专家网络各个节点专家的确定并进行市场学术拓展。	12 月	许　慧 严佳佳 乔　科
2	细化人均操作医院数、人均劳效	①医院分级按肿瘤病人住院数分三档九级（A1-C3）； ②按医院档别配比人员，600 人配置目标完成，且人均劳效不得降低。	10 月	许　慧
3	新品拓展	①西黄丸覆盖终端销售 1000 家。②探索胶原蛋白的营销模式、并激活一个品种。	12 月	各省理 许　慧
		①TOP200 医院院长、药学部关系建立②利用院长关系、开发新品、保证岩舒安全使用。	12 月	省总(院长级)


问题发生
责任部门
各级经管委
专班
推进改进措施
监督落实效果
危机预防

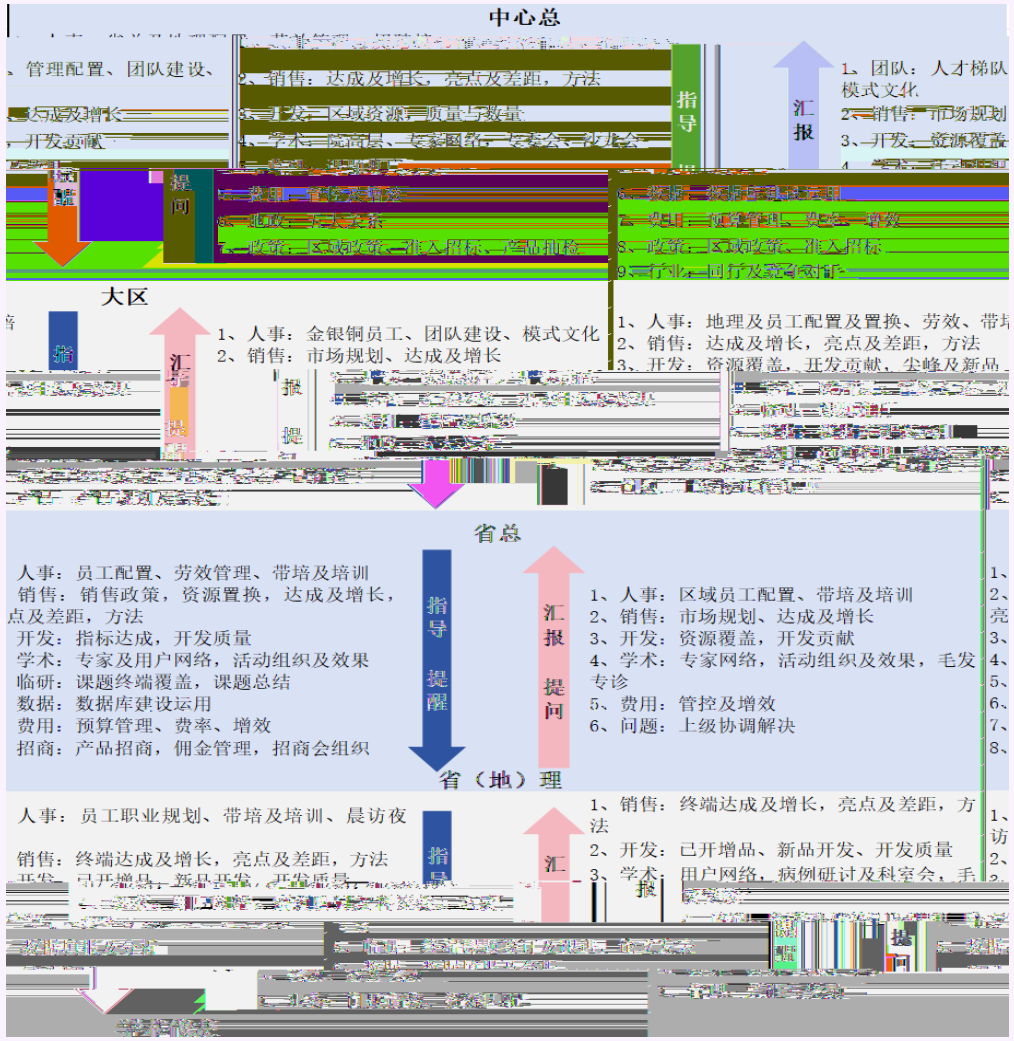
五、费用

（一）管理费用

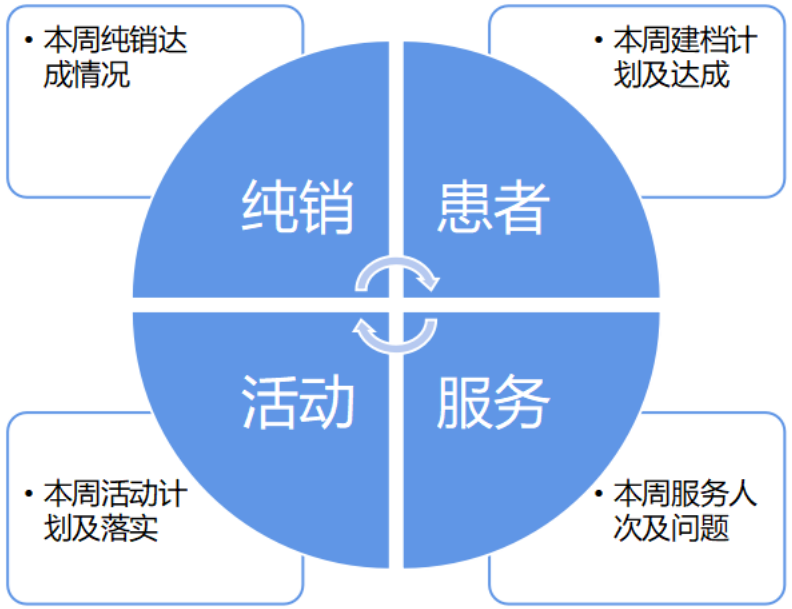
2024 年管理费用明细

单位：万元、%　　2023 年 11 月 30 日

费	西南
[redacted]	
312.9	203.58	246.84	144.6	1431.22	小　计	173	350.3
[redacted]	
313	291	313	1114	2782	小　计	312	439
计	485	789.3	625.9	494.58	559.84	1258.6	4213.22	合


中心总
管理配置、团队建设、
2、销售：达成及增长，亮点及差距，方法
指导
汇报
1、团队：人才梯队
模式文化
2、销售：市场规划
3、开发：资源覆盖
大区
1、人事：金银铜员工、团队建设、模式文化
2、销售：市场规划、达成及增长
1、人事：地理及员工配置及置换、劳效、带培
2、销售：达成及增长，亮点及差距，方法
3、开发：资源覆盖，开发贡献，尖峰及新品
省总
人事：员工配置、劳效管理、带培及培训
销售：销售政策，资源置换，达成及增长，
点及差距，方法
开发：指标达成，开发质量
学术：专家及用户网络，活动组织及效果
临研：课题终端覆盖，课题总结
数据：数据库建设运用
费用：预算管理、费率、增效
招商：产品招商，佣金管理，招商会组织
指导
提醒
汇报
提问
1、人事：区域员工配置、带培及培训
2、销售：市场规划、达成及增长
3、开发：资源覆盖，开发贡献
4、学术：专家网络，活动组织及效果，毛发
专诊
5、费用：管控及增效
6、问题：上级协调解决
省（地）理
人事：员工职业规划、带培及培训、晨访夜
销售：终端达成及增长，亮点及差距，方法
1、销售：终端达成及增长，亮点及差距，方
法
2、开发：已开增品、新品开发、开发质量
3、学术：用户网络，病例研讨及科室会，手
指导
汇报
提问

每周会讨论，达成情况，差距问题，参与人：专员，省理、市场部，暂定每周一



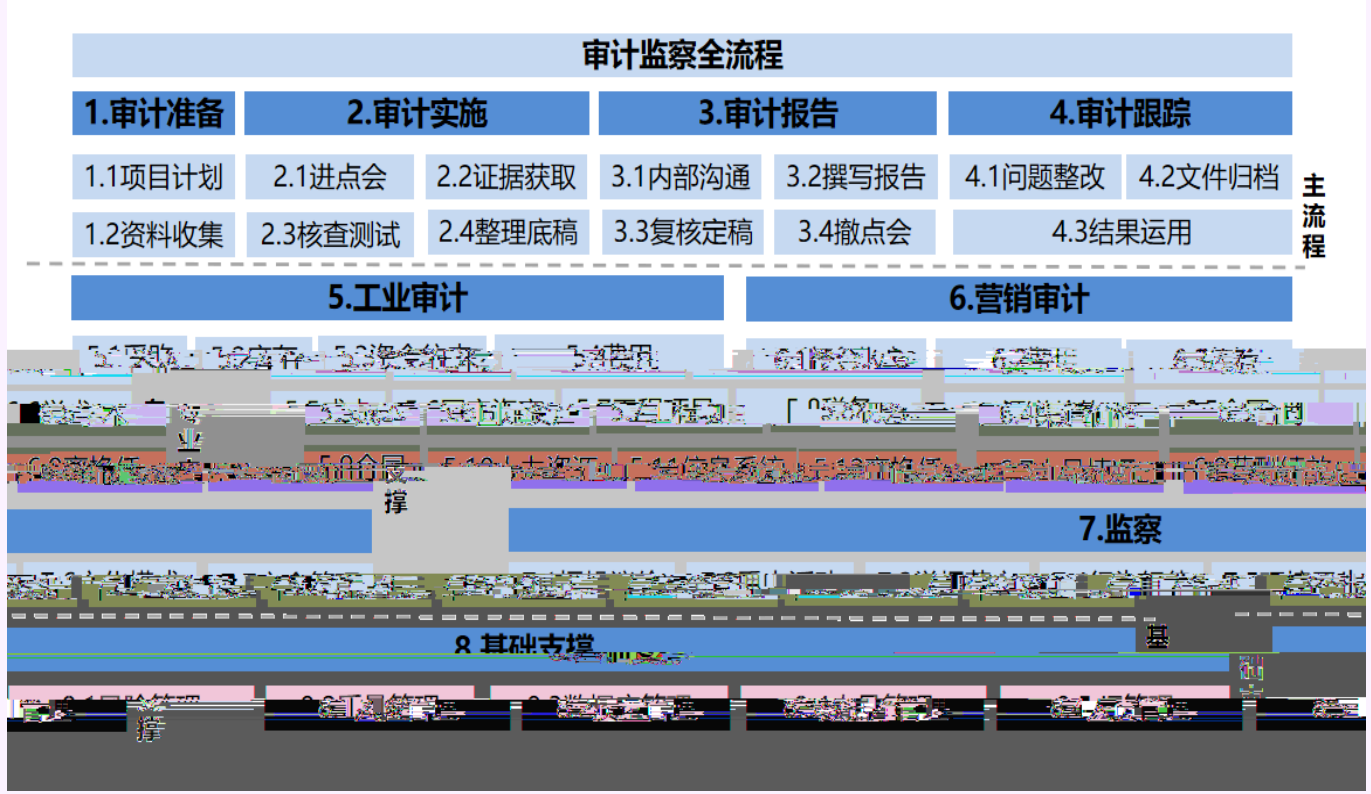
2、被审计团队风险评估

（1）工业组风险评估

序号	分类	公司	风险描述	发生的可能性			发生的影响程度			备注
			个人回款业务，授信制度，应收回函			√			√	
			预付款到货到票，质量检		√				√	
			返利、维护费双人操作		√				√	
			出入库管理流程		√			√		
			税种申报风险	√				√		
			个卡业务	√					√	
			采购种植、药材采挖销售、基地收益		√				√	
			税种申报风险	√				√		

序号	分类	公司	风险描述
2	中药材	道地药材 道地连翘 饮片业务	①销售：…异常超期，…
			②采收：…验
			③费用：…
			④库存：…
			⑤税务：…
			⑥资金：…
		种业公司 黎城中药材	①基地：…雇工管理、…
			②税务：…

分类	公司	风险描述						
商业	太原医贸 长治医药	①终端流向、库存管理	√				√	
		②个人回款业务、异常超期应收	√				√	
		③费用兑付	√				√	
		④采购返利、个人收取返利回扣		√			√	
	宜春康朗	①宜春康朗阿里业务毛利	√			√		
	大同仁和	①资金：个人卡挪用						
		②重点客户应收						
	国际部	采购、毛利及退税						


审计监察全流程
1.审计准备
2.审计实施
3.审计报告
4.审计跟踪
1.1项目计划
2.1进点会
2.2证据获取
3.1内部沟通
3.2撰写报告
4.1问题整改
4.2文件归档
1.2资料收集
2.3核查测试
2.4整理底稿
3.3复核定稿
3.4撤点会
4.3结果运用
主流程
5.工业审计
6.营销审计
7.监察

人员管理结构分析

3 日　　单位：人　　2024 年 7 月

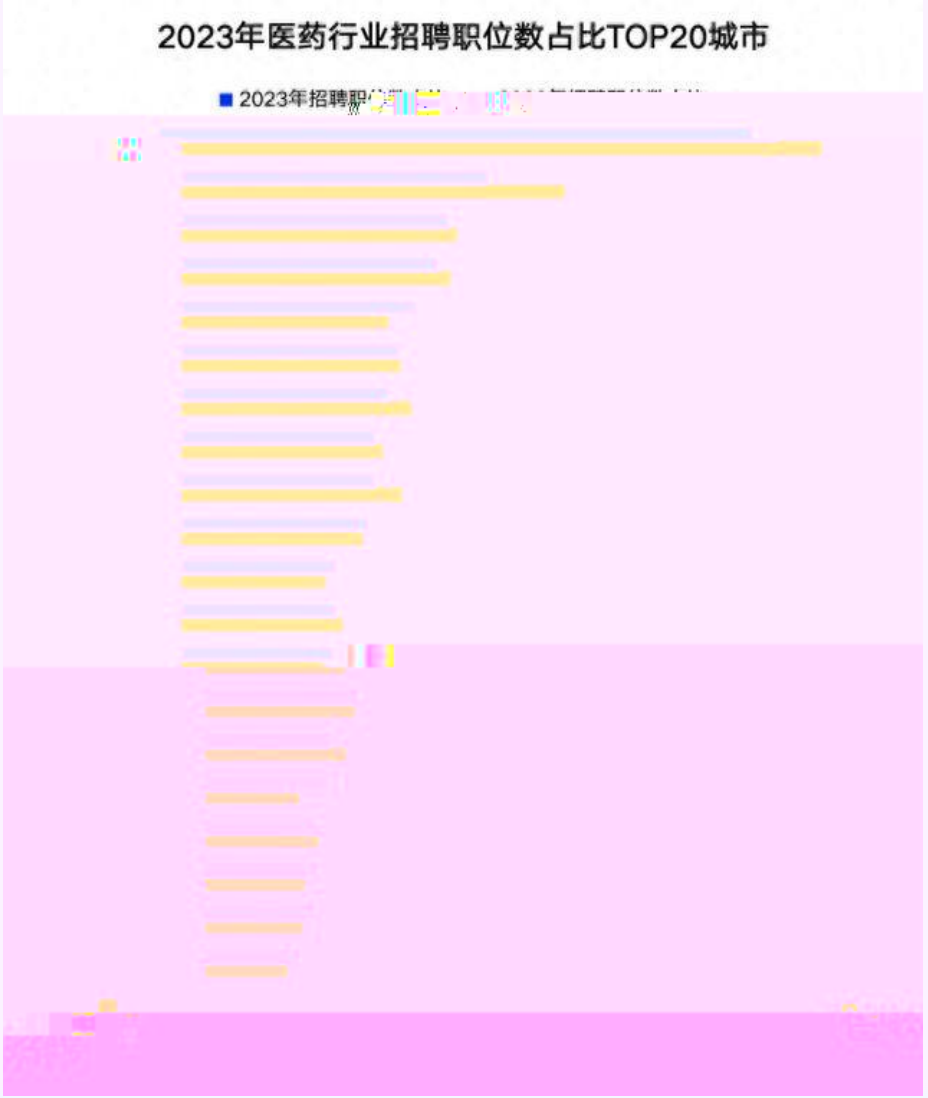
占比		团队	人数	总级		总监		经理		员工		管理
				人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比	
		总部机关	310	15	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
	研	北京研究院	172	4	2.33%	10	5.81%	22	12.79%	136	79.07%	1:5.3
	发	上海研究院	4	0	0.00%	4	100%	0	0.00%	0	0.00%	1:0
		生物医药	105	105	0	0	0.00%	2	1.90%	7	6.67%	[illegible]
		小计	281	4	1.42%	16	5.69%	33	11.74%	223	79.36%	1:4.20
95.36%		1:22.09		长治振东	254	1	0.39%	1	0.39%	9	3.54%	245
96.04%		1:24.25	工	泰盛制药	404	1	0.25%	3	0.74%	12	2.97%	388
94.08%		1:17.88		万和堂制药	152	1	0.66%	2	1.32%	5	3.29%	143
91.79%		1:11.19		安欣制药	195	1	0.51%	4	2.05%	11	5.64%	179
[illegible]		[illegible]		[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
12%	131	60.93%	1:1.56		运营总部	215	9	4.19%	21	9.77%	154	252
69%	1243	90.14%	1:9.14		营销市场	1379	0	0.00%	30	2.18%	106	7[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	营	医学公司	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
1.00%	165	82.50%	1:4.71	销	中药材	200	7	3.50%	6	3.00%	22	1[illegible]

1	工资审批	1、完成调研，全集团原有 21 条工资审批流程集成为 1 条审批流 2、尚未实现工资自动核算的公司，人工核算完成后导入系统进行审批发放	

1、招聘管理

2024 年 7 月 3 日　　单位：

	责任人	期限	备注	序	差距	措施
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]业务、人员进行系统培训[illegible]	[illegible]进行系统培训
[illegible]	[illegible]	[illegible]	招聘业务考核系统缺乏	[illegible]	[illegible]使用招聘渠道低，每月公司[illegible]次系统[illegible]	[illegible]使用情况
[illegible]	[illegible]	12月[illegible]	[illegible]	2	面试官不专业，结构化面[illegible]	[illegible]合理安排面试，并采用多种测试方法[illegible]
[illegible]	[illegible]	8月[illegible]	[illegible]	3	用人标准不清晰	明确所需人才重点的3个标准
[illegible]文、每篇等形式，每月进行招[illegible]	[illegible]	[illegible]	每周[illegible]	4	招聘宣传不足	利用视频、微[illegible]聘宣传
多和院校、人才市场联系[illegible]	[illegible]	12月[illegible]	[illegible]	5	招聘渠道没有完全打开	[illegible]走出去，[illegible]加强[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]


2023年医药行业招聘职位数占比TOP20城市
2023年招聘职

（1）招聘目标

单位：　　　　2024 年 7 月 3 日

序	项目	分类	目标	完成时间	责任人	备注
[illegible]	[illegible]	[illegible]	2、招聘业务人员达 400 人	12 月	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	与 5 家省内—外双一流，对口专业院校建立人员输送框架协议	10 月	百团大战各团队负责	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible] 10 人以上	12 月	[illegible]	[illegible]
[illegible]	招聘	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
7	[illegible]	[illegible]	[illegible]其他县区建联拜访	25 日/月	[illegible]	[illegible]
8	[illegible]	[illegible]	[illegible] 100%	12 月	[illegible]	[illegible]

人资系人员结构分析

单位：　　2024 年 7 月 3 日

团队	人数	学历结构			职务结构			备注
		硕士	本科	大专	总监	经理	员工	
总部机关	15		11	4	2	4	9	
科技中心	1			1			1	
长治振东	1		1				1	
五 和 堂	2		1	1			2	
泰盛制药	2			2			2	
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
6	3	1	2	7		营销中心	10	1
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
4	2	2		2	2		医贸公司	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]		[illegible]		[illegible]		[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]		[illegible]	0	1		[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]		[illegible]				[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]		[illegible]				[illegible]	[illegible]
[illegible]	54	1	31	19	4	14	36	总计

（五）风险预测及预案

单位：　　2024 年 7 月 3 日

序	类型	风险项	备注
1	体系专业人才欠缺	专业度不足，大方向来讲无法支撑体系工作建设，细节来讲无法合理处理基础业务。	

（六）费用计划和预算

月3日 单位：万元 2024年7

合计	序	项目	7月	8月	9月	10月	11月	12月
0.103	1	办公费	0	0	0	0.01	0.01	0
1.12	2	差旅费	0.1	0.09	0.16	0.58	0.3	0.09
1.45	8.2	3	会务费	0.8	3.6	0.45	1.45	0.45
0.01	0.01	0.01	运输费	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
0.13	0.13	0.13	0.13	[illegible]	通讯费	0.13	0.13	0.13
[illegible]	0.25	0.39	0.39	0.25	[illegible]	广告费	0.25	[illegible]
[illegible]	[illegible]	0.76	[illegible]	[illegible]	[illegible]	初修费	0.76	[illegible]
培训费	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	8
招聘费	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	2.3	[illegible]	[illegible]	0
[illegible]	10	广告宣传费	[illegible]	[illegible]	[illegible]	0.12	[illegible]	0.12
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
46	109.7	29.25	合计	2.03	4.07	4.15	2.55	14.

序	类型	问题	措施
1			
2			
3			
5			
6			
7			

①运营部制表②总经理批准③入数据库。

表 32 电商公司 24 年下半年人事重点工作

序	重点工作	工作内容	工作细则	时间
[illegible]	[illegible]	[illegible]	汪雪欧电商总、汪雪欧、华芳、中	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
双一流大学本科、硕士		优质管培生招募	7-8 月	2
轮讲轮训		每周主题培训，下半年重点安排业务技能方向培训，提升员工业务水平。	7-12 月	3
[illegible]		制定月度带练培养计划；	[illegible]	人才培养
[illegible]		[illegible]	[illegible]	[illegible]
	读书会	自我培训与分享	不定期	5
绩效	每月薪酬绩效分析	薪酬绩效分析数据反馈业务负责人	7-12 月	6 薪酬
	年度调薪候选人述职	人资委评定候选人是否涨薪	7 月	7
	医生客服绩效奖金方案	根据医生客服运营的人力成本以及盈亏平衡点测算	7 月	8
	早计划晚总结、民主测评上线	辅导团队进行管理工具落地	7-8 月	9
	年终奖金核发	根据公司经营利润，核算年终奖分配明细，确定年终奖发放员工	12 月	10
11	绩效考核	电商团队季度绩效改进版落地实施	根据第一季度绩效政策进行优化方案落地	7-12 月
12		中后台	24 年中后台绩效政策方案落地	7-12 月

表 31 电商中心 24 年下半年费用预算

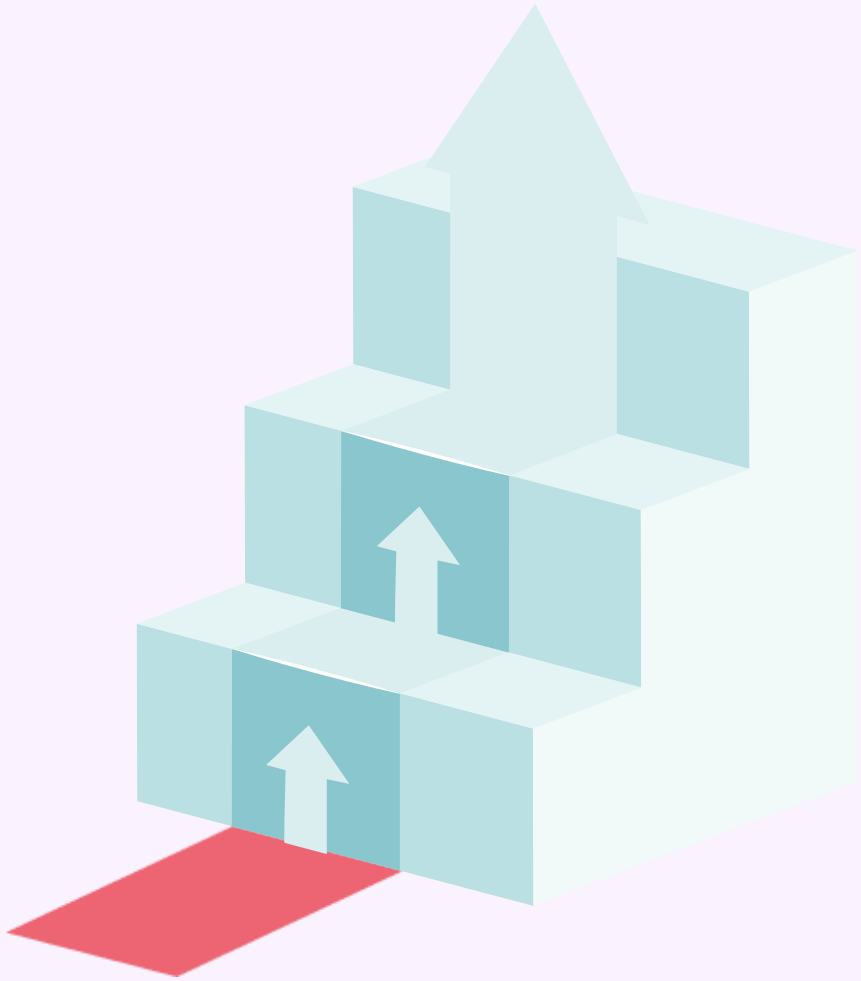
单位：万、%

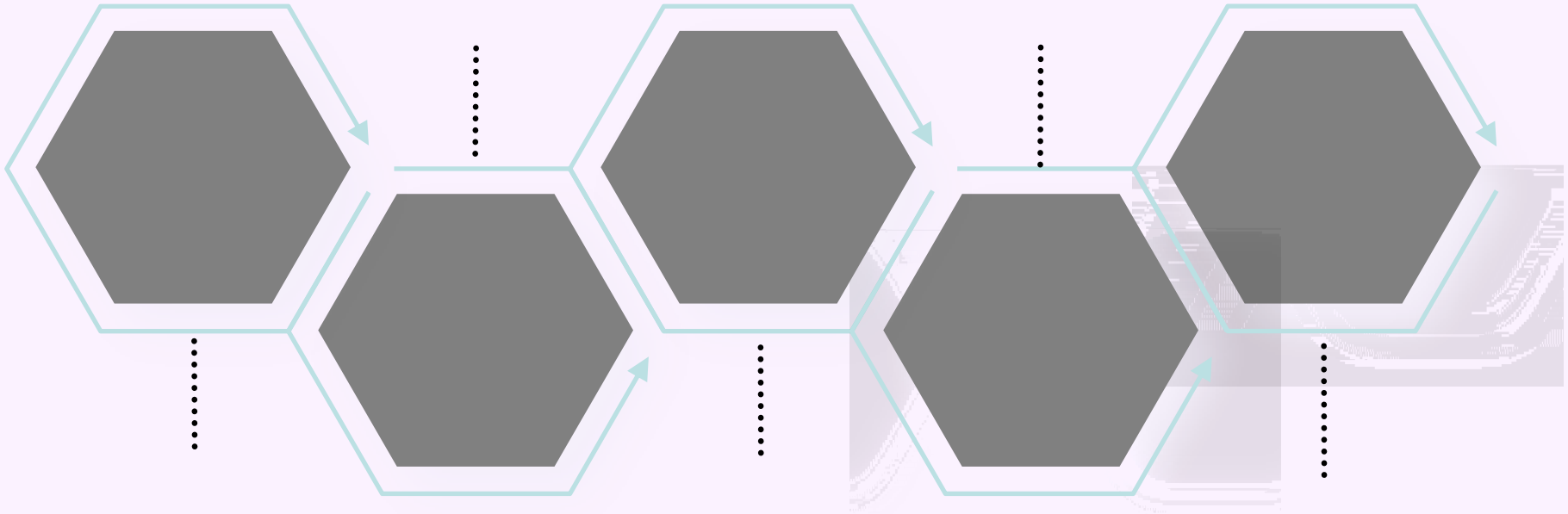
序	项目	24 年上半年	24 年下半年	23 年下半年	同比	全年合计	备注
1	职工薪酬	1,344.59	1,753.92	1,164.07	51%	3098.51	含医生客服
2	社保	390.11	619.89	337.58	84%	1009.99	
3	办公费	96.63	78.39	32.31	143%	175.02	
4	差旅费	47.93	64.56	61.38	5%	112.49	
5	交通费	2.52	9.42	0.91	931%	11.95	
6	招待费	7.71	13.29	9.68	37%	21.00	
7	福利费	76.11	118.52	43.83	170%	194.62	
8	返利	1,074.87	3,738.00	2,831.20	3%	4718.87	
9	推广费	8,566.54	8,818.88	5,841.56	50%	16478.00	
10	物料费	433.57	962.17	499.08	9		
11	物流费	150.35	282.70	211.42			
12	服务费	35.28	1				
13	其他	0.12	7				

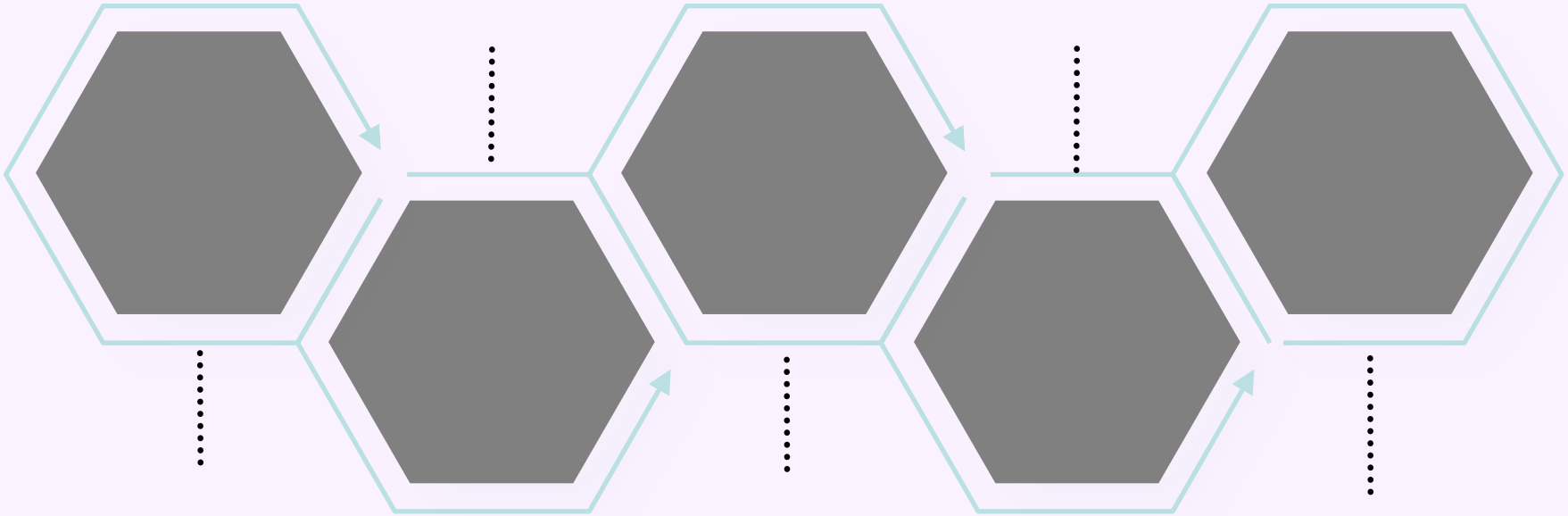
3%	1395.74			
2.81	2.56	401%	48.09	
1.27	85.24	-16%	71.39	

注：①财务部制表②财务经理审核③总经理批准④入数据库。

03







振东集团 ZHENDONG GROUP

与民同富 与家同兴 与国同强

1）钙果饮与精朗迪对比

表 1 精朗迪与钙果饮对比

对比指标	精朗迪碳酸钙 D3 颗粒	钙果饮
最小规格	1.5g/袋	30ml/瓶
钙　源	无机钙	有机钙
单位含钙量	250mg/袋	134mg/瓶
预防便秘	含甘露醇	含有钙果、海红果等
口　感	天然糖粉调味	酸甜水果味
产品图		

精朗迪中钙来源主要为无机钙，钙果饮中钙来源为有机钙，有机钙两种类型，无机钙需要在胃酸中溶解，需要胃液才能释放钙离子，吸收率低，不稳定性，受胃肠道刺激较大；而有机钙稳定性，吸收率高，吸收时不消耗胃酸，对胃肠道刺激较小，含多种维生素，营养成分高，由于有机钙，钙果饮更适合老幼妇孕食用。

振东健康 ZHENDONG HEALTH

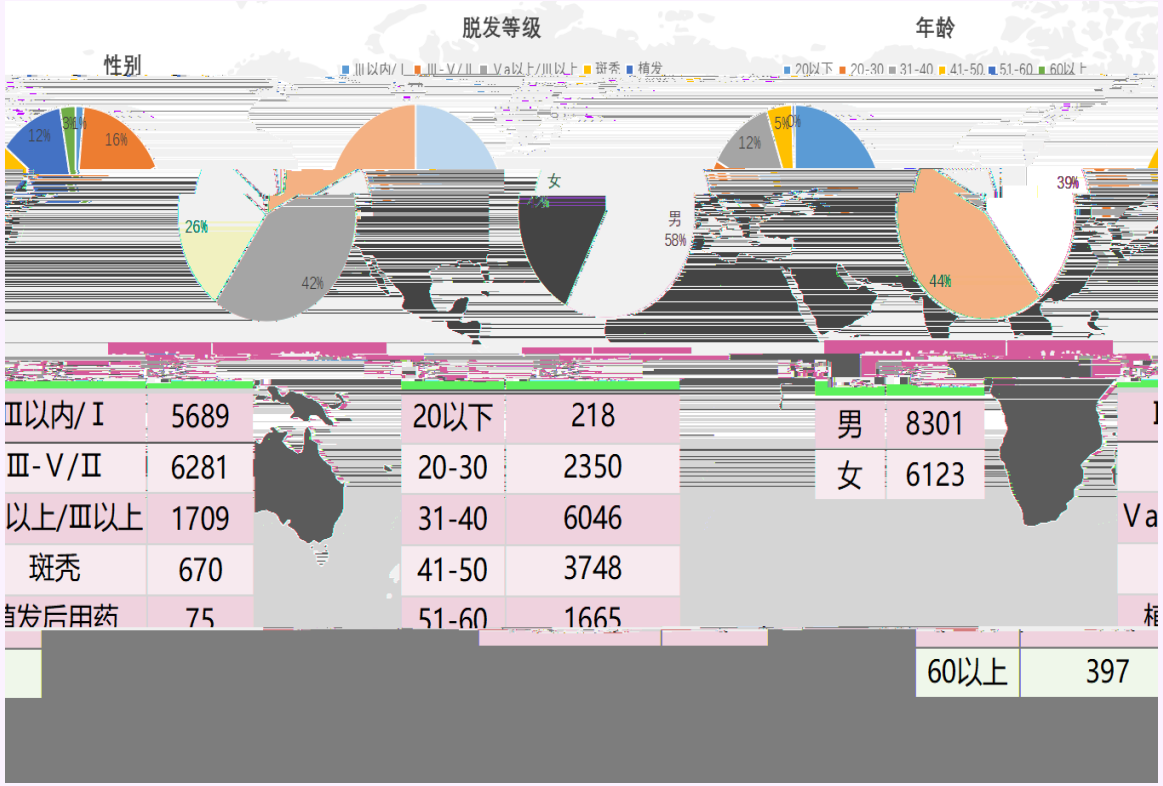
五和渠道、产品匹配销售

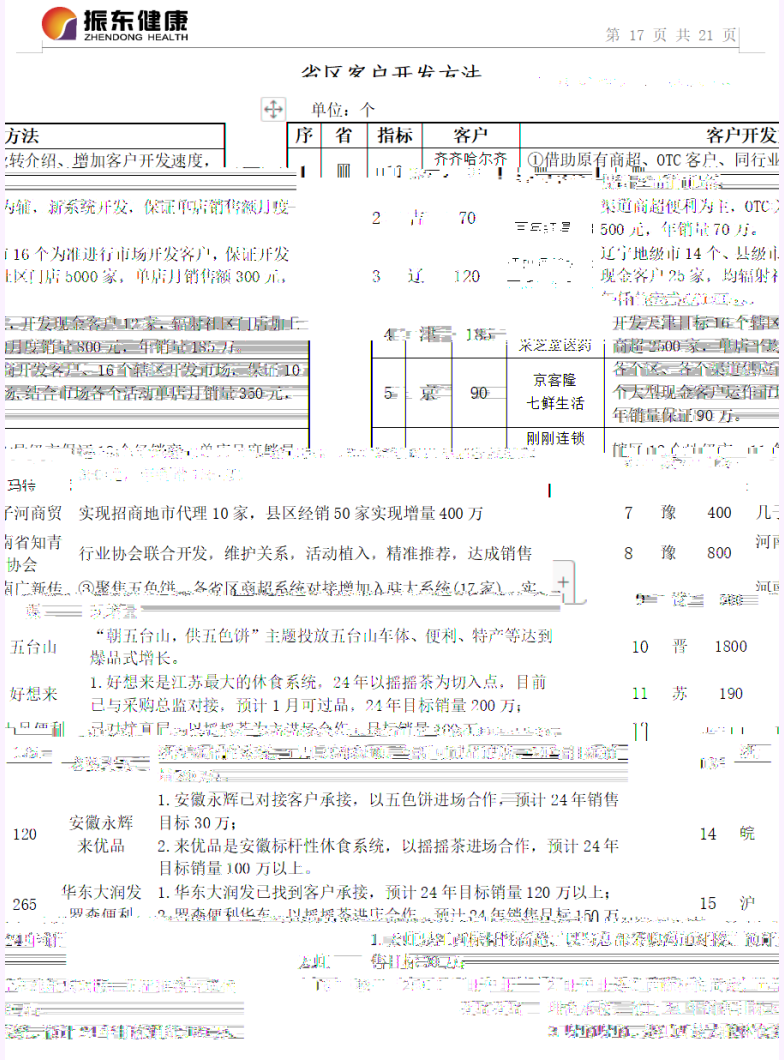
单位：元

序	渠道	产	品	卖点	方 法	备注
1		A	五红肿	1、针对术后、肿瘤术后气血亏虚的养疗方； 2、处方由名医（林洪生）根据传统中药君臣佐使配伍而成，选用道地药材原料浓缩提取、一盒相当于5公斤的原材料，一袋相当于一付中药； 3、坚持服用一个疗程（1个月），术后引起的红白细胞指标低明显改善，免疫力恢复。	1、主任、护士、膳食科； ①手术病患 需要升红升白，除了药物治疗外，日常饮食中要添加补气补血的食物，如红糖、阿胶、红枣、花生、枸杞、红小豆等；食用浓缩提取的五红食品补气血效果更好，可代餐；补充蛋白，浓缩的乳清蛋白恢复更快； ②产品介绍（参考卖点、PPT等） ③我们的产品在院外**药房，一盒	
				1、适合围手术期患者的蛋白粉，快速补充蛋白		
				1、富含优质蛋白的双肽（海洋鱼低聚肽、海参	2、给药店店长店员、院内超： 亲属探望肿瘤手术患者，送补气补	

血的

ZH200-1


脱发等级
年龄
性别
Ⅲ以内/Ⅰ
Ⅲ-Ⅴ/Ⅱ
Ⅴa以上/Ⅲ以上
斑秃
植发
20以下
20-30
31-40
41-50
51-60
60以上
12%
16%
26%
42%
女
男
58%
12%
5%
39%
44%
Ⅲ以内/Ⅰ 5689
Ⅲ-Ⅴ/Ⅱ 6281
以上/Ⅲ以上 1709
斑秃 670
植发后用药 75
20以下 218
20-30 2350
31-40 6046
41-50 3748
51-60 1665
男 8301
女 6123
60以上 397



振东健康 ZHENDONG HEALTH

第 17 页 共 21 页

单位：个

序	省	指标	客户	客户开发
			齐齐哈尔齐	①借助原有商超、OTC客户、同行业
2	吉	70		渠道商超便利为主，OTC 500元，年销量70万。
3	辽	120		辽宁地级市14个、县级市 现金客户25家，均辐射
5	京	90	京客隆 七鲜生活	开发天津目标16个辖区 商超3500家，单店日销 各个区，各个渠道覆盖 个大型现金客户要指日 年销量保证90万。
			刚刚连锁	
7	豫	400		
8	豫	800		
10	晋	1800		
11	苏	190		
14	皖			
15	沪			

方法	客户	指标
马特		
子河商贸	实现招商地市代理10家，县区经销50家实现增量400万	
南省知青 协会	行业协会联合开发，维护关系，活动植入，精准推荐，达成销售	
五台山	“朝五台山，供五色饼”主题投放五台山车体、便利、特产等达到爆品式增长。	
好想来	1. 好想来是江苏最大的休食系统，24年以摇摇茶为切入点，目前已与采购总监对接，预计1月可过品，24年目标销量200万；	
120	安徽永辉 来优品	1. 安徽永辉已对接客户承接，以五色饼进场合作，预计24年销售目标30万； 2. 来优品是安徽标杆性休食系统，以摇摇茶进场合作，预计24年目标销量100万以上。
265	华东大润发	1. 华东大润发已找到客户承接，预计24年目标销量120万以上；

三、销售分析-品种

单位：万元、%　　2024.6.2

序	品种	本期					累计						因　素
		计划	实际	比率	同期	同比	计划	实际	比率	同期	同比	进度	
1	培舒												
2	西黄丸												
3	比卡												
4	瑞健												
5	达霏欣												
6	果胶铋												
7	核黄素												
8	芪蛭												
9	胶束												
10	香菇多糖												
11	阿氟												
12	培美												
13	白术散												
	合计												

注：①此报表仅供内部使用，分析时可以结合销售分析专题报告和集团财务报告一起报送公司、集团领导。

六、需集团解决的问题

2024.6.2

序	工作内容	完成时间	责任人	方　法
1	西黄丸原料问题			
2	阿氟原料单次采购最少500公斤，无法下计划			
3				
4				
5				

BC6600-11

注：①总经理编制②所有问题必须有结果③注明方法④对重大事项，向经管委打报告⑤向集团经管会汇报⑥入公司、集团数据库。

划重点！！！

企业家爱国 就是做好产品

为中国人设计 让中国人健康

我是这样想的 也是这样做的